

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Pada Toko Pertanian Bumi Lestari Agro Di Kota Tengah Rokan Hulu (Studi Pada Pupuk Merek Granular Mahkota)*. Universitas Islam Riau.
- Abdurrachman, U. (2004). Analisis Factorfaktor Yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung.”. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 34–53.
- Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang*.
- Alma, B. (2005). *Manajemen dan pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*.
- Arifin, Z. (2016). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol, 40(1)*.
- Assael, H. (2002). Advances in applied consumer behavior: A market segmentation paradigm. In *Essays by Distinguished Marketing Scholars of the Society for Marketing Advances*. Emerald Group Publishing Limited.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior and marketing action: Kent. Publishing Company, Baston Massachusset, AS*.
- Assael, M. J., Dymond, J. H., Papadaki, M., & Patterson, P. M. (1992). Correlation and prediction of dense fluid transport coefficients. I. n-alkanes. *International Journal of Thermophysics*, 13(2), 269–281.
- ASSAURI, S. (2015). *PROTOTYPE INVERS KINEMATIK ROBOT LENGAN 4 DOF*. University of Muhammadiyah Malang.

- Ayumi, B., & Budiarmo, A. (n.d.). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. X* (Issue 2).
- Bakti, U., & others. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 101–118.
- Cahyono, P. (2016). Implementasi strategi pemasaran dengan menggunakan metode swot dalam upaya meningkatkan penjualan produk jasa asuransi kecelakaan dan kematian pada PT. Prudential Cabang Lamongan. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 1(2), 10--Halaman.
- Calvin, J. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Call Me Bro. *Performa*, 6(4), 321–330. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2554>
- Cook, C. (2010). Mobile Marketing and Political Activities. *International Journal of Mobile Marketing*, 5(1).
- Dewanto, A. M., & Nurhayati, S. (2015). Pengaruh Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Sikap Etis Dan Prestasi Mahasiswa Akuntansi (Studi Pada Perguruan Tinggi Di Kota Pekalongan). *Pena Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi*, 23(1).
- Dihni, V. K. (2022). *Restoran cepat saji paling populer di Indonesia pada 2022, siapa teratas?* 1. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/26/restoran-cepat-saji-paling-populer-di-indonesia-pada-2022-siapa-teratas>
- Edi, D., & Betshani, S. (2009). Analisis Data dengan Menggunakan ERD dan Model Konseptual Data Warehouse. *Jurnal Informatika*, 5(1), 71–85.
- Engriani, M., Fitriana, R., & Cetty, C. (2019). Pengaruh promosi media sosial line terhadap keputusan pembelian di starbucks mall taman anggrek. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 2(3), 140–147.

- Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Febrianoor, R., Irwansyah, I., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Waralaba Miltie bubble Di Banjarmasin Yang Di Mediasi Minat Beli. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 66. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13126>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Hadi Brata, B., Husani, S., & Ali, H. (n.d.). *Saudi Journal of Business and Management Studies The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*. <https://doi.org/10.21276/sjbms>
- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3).
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.
- Hamdani, A. U. (2019). *Model E-Commerce Dengan Metode Web Engineering Method Untuk Menunjangpemasaran Produk Pada Xyz Pet Shop*.

- Harwani, Y., & Fauziyah, F. (2020). Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Makanan Cepat Saji Ditinjau dari Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Iklan. *Business Economic, Communication, and Social Sciences (BECOSS) Journal*, 2(3), 285–291. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v2i3.6659>
- Helianthusonfri, J. (2020). *Instagram Marketing Untuk Pemula*. Elex Media Komputindo.
- Heryanto, I. (2015). Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship (e-Journal)*, 9(2).
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen*, 3(3), 154–166.
- Istanti, E., Negoro, R. M., & Novindari, I. (2020). Implementasi Harga, Kualitas Pelayanan dan Pembelian Berulang pada Penjualan Produk Gamis Afifathin. *Ekonomika*45, 8(1), 1–10.
- ISTIQOMAH, I. (2013). *Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Evaluasi Konsumen Pada Produk Laptop (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Yogyakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, P. (2010). The prosumer movement. In *Prosumer revisited* (pp. 51–60). Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing (16th Global Edition)*.
- Kotler, P., Keller, K. L., & others. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi Pemasaran Minimuman di Banjarbaru. *Ilmu Komunikasi*, 8.
- Lyna, L., & Ditioblebit, H. (2021). Peranan Media Sosial Instagram, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Masker.Solopunya. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 3(02), 84–89. <https://doi.org/10.35899/biej.v3i02.206>

- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS*, 569–576.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8, 741. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Nasution, S. (2017). Variabel penelitian. *Jurnal Raudhah*, 5(2).
- Rifai, A. (2015). *Partial least square-structural equation modeling (pls-sem) untuk mengukur ekspektasi penggunaan repositori lembaga (pilot studi di UINSyarif Hidayatullah Jakarta)*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. edisiketujuh. *Indonesia: Indeks*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. S. (2006). *Consumer Behaviour: an European Outlook, Financial Time Pretnice Hall*. Pearson), London.
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2015). *Perilaku Konsumen: edisi revisi*. Kencana.
- Simamora, M. H. (2019). *Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Simalungun Perdagangan Kabupaten Simalungun*.
- Simanihuruk, P. (2019). PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT (Studi Kasus: Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 82–89.
- Stefani, K., & Cilvanus, H. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Persepsi Kemudahan, Iklan, Promosi, dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Ruangguru. *Media Informatika*, 19(2), 72–87.

- Sudaryono, D., & SUTRISNO, N. (2017). Pengaruh Product Attribute, Reference Group, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pada Waralaba Donat Di Jakarta Barat. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1a-2), 91–94.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R\&D*.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F. (2011). Manajemen dan strategi merek. *Penerbit Andi Offset, Yogyakarta*.
- Tondang, B. W., & Sutrisna, E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 1–13.
- Wijaya, A., Wijaya, B., & Carlos, J. (2020). The Antecedants of Employee Loyalty in Family Business From Millennial Perspectives. *Journal of Accounting and Finance Management*, 1(2), 70–77.
- Wiratna, S. P., Setyawan, S., Kom, S. I., & Kom, M. I. (2019). *Difusi Inovasi Beras Organik (Studi Deskriptif Kualitatif Proses Difusi Inovasi Beras Organik di Desa Gempol, Kecamatan Karangnom, Kabupaten Klaten)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.